



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
*IMPULSIVE BUYING* PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KOTA KUDUS**

Oleh :

**Devy Yulia Mega Saputri**

2015-11-341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
*IMPULSIVE BUYING* PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KOTA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**Devy Yulia Mega Saputri**

2015-11-341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
IMPULSIVE BUYING PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KOTA KUDUS.**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Tanggal .....

Pembimbing 1



(Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM)

NIDN. 0610057804

Pembimbing 2



(Dian Wismar'ain, SE. MM)

NIDN. 0612127702

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dina Eusianti, SE., MM. AAK)

NIDN. 0630098401

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
IMPULSIVE BUYING PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KOTA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

**Kudus,      Februari 2019**

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pembimbing I

  
(Dina Lusianti, SE., MM. AAK)

NIDN. 0630098401

  
(Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM)

NIDN. 0610057804

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

  
  
(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)

NIDN. 0618066201



(Dian Wismar'ain, SE. MM)

NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

1. *Don't be jealous to other people who has been on top, 'cause everybody has different way to get their success* (Jangan iri kepada orang-orang yang telah berada di atas, karena setiap orang memiliki jalan yang berbeda untuk meraih kesuksesannya) (Mega).
2. *Once in your life, try something. Work hard at something. Try to change, nothing bad can happen* (Sekali dalam hidupmu, cobalah bekerja keras dalam sesuatu hal. Cobalah berubah, tak ada hal buruk yang bisa terjadi) (Jack Ma).
3. Man Shabara Zhafira (siapa yang bersabar akan beruntung).

### Persembahan :

1. Ayah, Ibu, dan kakakku yang selalu memberi dukungan serta do'anya.
2. Sahabat yang sudah membantu dan selalu ada untukku.
3. Sahabat-sahabat organisasiku yang menemaniku selama di UMK.
4. Pihak-pihak yang telah membantu dalam bentuk apapun.



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PELANGGAN MATAHARI *DEPARTMENT STORE* KOTA KUDUS”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak, yang terhormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Suparno, SH., MS. selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dina Lusianti, SE., MM. AAK. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

4. Bapak Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan, dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dian Wismar'ain, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan, dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh pelanggan Matahari *Department Store* Kota Kudus, khususnya yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Keluarga besar saya, khususnya kedua orang tua saya yang telah memberikan do'a, restu dan selalu memberi dukungan dan nasehat hingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
8. Sahabat-sahabat saya, khususnya Ratna Wulandari, Muh. Rifandy A. Mahmud, dan M. Sholeh yang telah memberikan semangat, dukungan, dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman saya yang tergabung dalam organisasi KSR PMI Unit UMK yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Kudus, 04 Februari 2019

Penulis

**Devy Yulia Mega Saputri**

2015-11-341





**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
IMPULSIVE BUYING PADA PELANGGAN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KOTA KUDUS**

Devy Yulia Mega Saputri

201511341

Pembimbing 1 : Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM

2 : Dian Wismar'ain, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji pengaruh lingkungan toko terhadap *impulse buying*, (2) menguji pengaruh gaya berbelanja terhadap *impulse buying*, (3) menguji pengaruh pelayanan pramuniaga terhadap *impulse buying*, (4) menguji pengaruh lingkungan toko, gaya berbelanja, dan pelayanan pramuniaga secara bersama-sama terhadap *impulse buying* pada pelanggan Matahari *Department Store* Kota Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Matahari *Department Store* Kota Kudus yang tidak diketahui jumlahnya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Data penelitian ini berupa data primer yang bersumber dari kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) lingkungan toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, (2) gaya berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, (3) pelayanan pramuniaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, (4) lingkungan toko, gaya berbelanja, pelayanan pramuniaga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci : Lingkungan Toko, Gaya Berbelanja, Pelayanan Pramuniaga, dan *Impulse Buying*.**

**ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE IMPULSIVE BUYING  
BEHAVIOR OF MATAHARI DEPARTMENT STORE KUDUS  
CUSTOMERS'**

Devy Yulia Mega Saputri

201511341

Pembimbing 1 : Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM

2 : Dian Wismar'ain, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRACTION**

*This study aims to find out the effect of : (1) store environment towards impulse buying, (2) shopping lifestyle towards impulse buying, (3) salesperson service towards impulse buying, (4) store environment, shopping lifestyle, shopper service altogether toward the impulse buying of Matahari Department Store Kudus Customers'. The population in this study is customer of Matahari Department Store Kudus which the amount is unknown. The sample of this study were 100 respondents used purposive sampling and accidental sampling The primary data of this study sourced from the questionaaire. Data analysis method used multiple linear regression analysis. Hypothesis testing used t test, F test, and coefficient of determination (Adjusted R Square). The result of this study indicate that (1) store environment has a positive and significant effect on impulse buying, (2) shopping lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying, (3) salesperson service has a positive and significant effect on impulse buying, (4) a store environment, shopping lifestyle, shopper service althogethered has a positive and significant effect on impulse buying.*

**Keywords : Store Environment, Shopping Lifesyle, Salesperson Service, and Impulse Buying.**

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN/ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	9
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Definisi Pemasaran .....	12
2.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....	12

2.3 Lingkungan Toko.....	13
2.3.1 Pengertian Lingkungan Toko.....	13
2.3.2 Indikator Lingkungan Toko .....	16
2.4 Gaya Berbelanja ( <i>Shopping Lifestyle</i> ).....	17
2.4.1 Pengertian Gaya Berbelanja ( <i>Shopping Lifestyle</i> ).....	17
2.4.2 Indikator Gaya Berbelanja ( <i>Shopping Lifestyle</i> ).....	18
2.5 Pelayanan Pramuniaga .....	18
2.5.1 Pengertian Pelayanan Pramuniaga .....	19
2.5.2 Indikator Pelayanan Pramuniaga.....	20
2.6 <i>Impulse Buying</i> .....	21
2.6.1 Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	21
2.6.2 Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	23
2.7 Pengaruh Antar Variabel .....	23
2.7.1 Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	23
2.7.2 Pengaruh Gaya Berbelanja Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	24
2.7.3 Pengaruh Pelayanan Pramuniaga Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	25
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.10 Hipotesis.....	30



BAB III. METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.4 Populasi dan Sampel .....	33
3.4.1 Populasi .....	33
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data.....	36
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.7 Pengolahan Data .....	39
3.8 Analisis Data .....	40
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.8.2 Analisis Data Kuantitatif .....	40
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3.8.4 Uji Parsial (Uji t).....	42
3.8.5 Uji F (Uji Signifikansi Simultan) .....	43
3.8.6 Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	44



BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	46
4.1.1 Sejarah Matahari <i>Department Store</i> .....	46
4.1.2 Visi dan Misi Matahari <i>Department Store</i> .....	47
4.1.3 Struktur Organisasi Matahari <i>Department Store</i> .....	47
4.2 Penyajian Data.....	52
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	55
4.3 Analisis Data .....	59
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
4.3.2 Uji Hipotesis .....	61
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	64
4.4 Pembahasan .....	65
4.4.1 Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	65
4.4.2 Pengaruh Gaya Berbelanja Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	66
4.4.3 Pengaruh Pelayanan Pramuniaga Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	67
4.4.4 Pengaruh Lingkungan Toko, Gaya Berbelanja, dan Pelayanan Pramuniaga Terhadap <i>Impulse Buying</i> Secara Berganda .....	69
4.4.5 Aplikasi Pengaruh Lingkungan Toko, Gaya Berbelanja, dan Pelayanan Pramuniaga .....	70

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	71
-----------------------------------	----

5.1 Kesimpulan.....	71
---------------------	----

5.2 Saran .....	72
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA .....	74
----------------------	----

#### LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Hal
3.1 Hasil Pengujian Validitas .....	37
3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	38
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status Perkawinan .....	53
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	54
4.4 Frekuensi Variabel Lingkungan Toko .....	56
4.5 Frekuensi Variabel Gaya Berbelanja .....	57
4.6 Frekuensi Variabel Pelayanan Pramuniaga .....	58
4.7 Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	59
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
4.9 Hasil Uji t .....	61
4.10 Hasil Uji F .....	63
4.11 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	29
4.1 Struktur Organisasi.....	48
4.2 Penerapan Kerangka Pemikiran Lingkungan Toko, Gaya Berbelanja dan Pelayanan Pramuniaga Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	70

